

Technická univerzita v Liberci

Ekonomická fakulta

Studijní program: B 6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Ekonomika a management mezinárodního obchodu

Název závěrečné práce:

Význam know-how v podnikové strategii zaměřené na export

Název závěrečné práce:

Importance of Know-how in the Company Strategy Focused on Export

Číslo závěrečné práce

BP-EF-KJB-2010 08

Jméno a příjmení

MONIKA KRAUSOVÁ

Vedoucí práce: Ing. Jaroslav Demel, katedra mezinárodního obchodu

Konzultant: Mgr. Jaroslav Šída, Preciosa – Lustry, a.s.; Kamenický Šenov

Počet stran41.....

Počet příloh0.....

Datum odevzdání 5.ledna 2010

Zadání ZP

PROHLÁŠENÍ

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci, nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce a konzultantem.

V Liberci, 5. ledna 2010

Vlastnoruční podpis

ANOTACE

Předmětem bakalářské práce „Význam know-how v podnikové strategii zaměřené na export“ je bližší seznámení se s problematikou duševního vlastnictví. První část je věnována teoretickým poznatkům z oblasti podnikové strategie, duševního vlastnictví, know-how a mezinárodního obchodu. Další část popisuje společnost Preciosa –Lustry, a.s., její historii a know –how. Poslední část bude věnována zkušenostem společnosti Preciosa – Lustry, a.s. s ochranou duševního vlastnictví a v závěru práce bude uveden příklad projektu, kterým se společnost Preciosa – Lustry, a.s. před několika lety zabývala.

Klíčová slova

Podniková strategie, know-how, duševní vlastnictví, průmyslové vlastnictví, průmyslové vzory.

ANNOTATION

The matter of bachelor work "The Meaning of Know-How in a Company Strategy Focused on Export" is a further acquaintance with questions about intellectual property. First part is dedicated to teoretical knowledge about company strategy, intellectual property, know-how, international trade. Next part describes Preciosa - Chandeliers company, its history and know-how. The last part will be dedicated to the Preciosa - Chandeliers company too, to their experience with a protection of intellectual property. And at last the project, which the Preciosa - Chandeliers company was engaged in few years ago, will be mentioned.

Keywords

Company strategy, know-how, intellectual property, industrial property, patents.

OBSAH

OBSAH	6
SEZNAM OBRÁZKŮ	7
ÚVOD	8
1 Podniková strategie	9
1.1 Definice podnikové strategie	9
1.2 Shrnutí	10
2 Know-how a obchodní tajemství.....	12
2.1 Know how	12
2.2 Obchodní tajemství.....	13
2.3 Shrnutí	15
3 Průmyslové vzory jako součást duševního vlastnictví firmy	16
3.1 Duševní vlastnictví	16
3.2 Průmyslové vlastnictví	17
3.3 Průmyslové vzory	18
3.4 Význam průmyslových práv pro mezinárodní obchod.....	19
3.5 Dohoda o obchodních aspektech práv k duševnímu vlastnictví – Dohoda TRIPS	21
4 PRECIOSA – LUSTRY, a.s. a Know-how	24
4.1 Historie a vývoj společnosti	24
4.2 Význam know-how pro Preciosu – Lustry, a.s.....	27
4.2.1 PODSTATA KNOW-HOW SPOLEČNOSTI PRECIOSA – LUSTRY, a.s..	27
4.2.2 ŘEŠENÍ SVÍTIDEL NA MÍRU	29
5 Průmyslové vzory a skupiny výrobků a jejich konkrétní realizace	31
5.1 Faktory ovlivňující know-how Preciosa – Lustry, a.s.	31
5.1.1 DODAVATELSKÉ VZTAHY	31
5.1.2 KONKURENČNÍ VZTAHY	33
5.2 Světelný projekt	34

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 – Schéma duševního vlastnictví.....	17
Obrázek 2 - Projektová dokumentace – skica projektu	35
Obrázek 3 – Svítidlo ve vstupní hale Kasina.....	36
Obrázek 4 – Svítidlo v Kasinu v USA.....	37

ÚVOD

Pro svou bakalářskou práci jsem si zvolila téma „Význam know-how v podnikové strategii zaměřené na export“. Mému rozhodnutí pomohla skutečnost, že jsem vykonávala svou praxi ve společnosti Preciosa – Lustry, a.s., jejíž činnost je příkladem uplatnění právě podnikové strategie, která se zaměřuje především na vývoz do zahraničí.

Díky praxi jsem měla možnost sledovat chod společnosti a získat poznatky, které jsem mohla použít při psaní této práce.

Hlavní myšlenkou této práce je, že by společnosti měly rozvíjet svá know-how, ochraňovat ho jako součást svého duševní vlastnictví tak, aby se zachování a tvorba duševní vlastnictví staly součástí strategie podniku.

Cílem této práce je alespoň z části proniknout do problematiky know-how a oblasti duševního vlastnictví, pochopit závažnost rozvoje know-how a ochrany duševního vlastnictví pro korporátní sféru. V teoretické části představím obecně podnikovou strategii, dále vysvětlím pojmy – know-how, duševní vlastnictví, průmyslové vlastnictví a průmyslové vzory. Ráda bych se také zmínila o významu průmyslových práv pro mezinárodní obchod a o Dohodě o obchodních aspektech práv k duševnímu vlastnictví (Dohoda TRIPS). Ve druhé části bych se zaměřila na společnost Preciosa – Lustry, a.s., na její představení, vysvětlení pojmu know-how z pohledu společnosti. V poslední části své práce bych ráda uvedla příklad z praxe. Porovnání technické dokumentace s výsledným produktem.

V podstatě hlavním cílem této práce je zjistit, zda Preciosa – Lustry, a.s. má know-how a pokud ano, jestli by ho neměla, pokud to lze, ve větší míře chránit jako svoje duševní vlastnictví.

1 Podniková strategie

1.1 *Definice podnikové strategie*

Podniková strategie je směr, kterým se řídí podnikání společnosti z dlouhodobého hlediska. Jde především o to, aby se podnik snažil v neustále se měnícím podnikatelském prostředí získat výhodu, která by napomohla k dosažení stanovených cílů podniku. Může to být například expanze do odvětví, zničení či oslabení konkurence apod. Nejdůležitější je zjistit, co zákazník očekává a přizpůsobit tomu výrobu – získat vhodné zdroje (suroviny, kapitál, zaměstnance) a přetvořit je do požadovaných výrobků nebo služeb.

Podniková strategie - představuje smysl existence každého podniku. Podniková strategie definuje, co je předmětem jeho podnikání, jakými činnostmi se podnik zabývá, jak je organizován a řízen, jaké jsou jeho cíle v oblasti marketingu, obchodu, výroby, provozu, financí, logistiky atd.

Podniková strategie obsahuje a určuje základní podnikatelská rozhodnutí, např. v jaké zemi a v jakém odvětví bude společnost realizovat svou činnost nebo jakým způsobem bude probíhat samotné řízení podnikání. Na podnikovou strategii je nutné nahlížet jako na dokument, který zpracovává misi společnosti, ale rovněž musí být zadáním, ze kterého se následně vytváří obchodní strategie.

Jádrem podnikové strategie je nastavení řízení portfolia podnikatelských jednotek, schopností a aktivit zaměřených na zvyšování hodnoty.

Celková podniková strategie je klíčová pro proces strategického řízení podniku (organizace), který určuje v několika směrech strategickou *orientaci*, tzn. hlavní směry a zásady rozvoje a provozu. Skládá se (většinou) z těchto částí:

- **Poslání firmy** je definicí smyslu existence. Základním nezpochybnitelným vyjádřením toho, co firma bude dělat. Je to její neměnné a trvalé určení. Všechny další části musí respektovat toto vrcholové vymezení.

- **Vize** je popis žádoucího stavu, ve kterém se v dlouhodobém výhledu má firma nacházet. Vyjadřuje podobu, ke které je nyní směřována - hlavní směr rozvoje na viditelný časový horizont. Mění se vždy, když je předchozí vize dosaženo, nebo se zásadním způsobem změní podmínky, ve kterých firma podniká. Je nutné ji průběžně ověřovat a upřesňovat.
- **Strategické cíle** jsou kvantifikovatelné parametry (zejména výkonnost) provozu firmy, kterých má být dosaženo v nejbližším strategickém horizontu - většinou tři až pět let. Všechny strategické cíle musí odpovídat poslání a přispívat k dosažení vize. Vyhodnocují a revidují se rozhodně vždy při hodnocení výsledků firmy za stanovené ekonomické období.¹

Strategie je široká koncepce toho, jak budou využity silné stránky firmy k překonání odporu při dosahování vytýčených cílů.²

Strategii podniku neformuluje ani neuskutečňuje jeden člověk. V dobře řízených a marketingově fungujících podnicích to jsou strategické podnikové týmy, kde jsou zastoupeny jednotlivé oblasti. Aktivity týmů jsou vedeny dlouhodobými podnikovými úkoly.

1.2 Shrnutí

Každý podnik (průmyslový gigant nebo i velmi malá společnost), pokud chce obstát v konkurenčním prostředí, si musí zvolit a formulovat marketingovou strategii a pak ji i aplikovat. Musí se také naučit plánovat marketingové činnosti. Činnosti, které umí podnik dělat a dělá je lépe než konkurence, jsou základem plánu.

¹ Komplexní podniková strategie [online]. [cit. 2009-06-22]. Dostupné z WWW: http://www.contros.cz/produkty/popis/05_pkps.htm

² STRNAD, P. – DĚDKOVÁ, J. *Strategický marketing*. Liberec: TUL, 2004. 30 s.

Různé podniky formulují a praktikují rozdílné strategie, protože nemají stejné cíle, mají různé příležitosti a také mají k dispozici rozdílné zdroje.

Strategie, které si zvolíme v rámci marketingového strategického procesu, nejsou neměnné. Při výběru musí podnik pečlivě sledovat vývoj na trhu a registrovat měnící se podmínky, zejména kupní chování zákazníků, počínání konkurence a rozhodování v otázkách výběru strategie tomuto přizpůsobovat.³

Součástí strategie podniku by mělo být i rozvíjení jeho know-how. Do koncepce podnikové strategie by měla být zahrnuta i jeho ochrana, protože pokud bude společnost své know-how dostatečně chránit, získá tak povahu duševního vlastnictví (chráněné know-how). Toto duševní vlastnictví by mělo být součástí podnikové strategie, protože právě ta přibližuje výhled a vývoj firmy do budoucna.

³ STRNAD, P. – DĚDKOVÁ, J. *Strategický marketing*. Liberec: TUL, 2004. 125 s.

2 Know-how a obchodní tajemství

2.1 *Know how*

Know-how se rozumí jinak nechráněné, obvykle technické informace, jako jsou výrobní postupy, popisy, modely, výkresy, software, analytika atd. Musí se jednat o podstatné a tajné údaje.⁴

Know-how je návod „jak na to“, „vědět jak“, tedy soubor nepatentových výrobně technických, organizačních, obchodních či jiných zkušeností a poznatků (receptury aj.), které musejí splňovat následující znaky – jsou relevantní a podstatné pro určitý podnik, identifikované a utajované. Tyto znaky jsou uvedeny ve vymezení pojmu *know-how* ve vyhlášce č. 198-200/2001 Sb., upravující tzv. blokové výjimky ze zákazu dohod narušujících soutěž podle § 3 a následujícího zákona o ochraně hospodářské soutěže, a sice dohod vertikálních (franchisingových aj.), dohod o výzkumu a vývoji a dohod licenčních (tzv. poskytování technologií).⁵

K know-how mohou být zařazeny zkušenosti, jednotlivá data, ale i patentem nechráněné, ale utajované vynálezy, výsledky výzkumu a vývoje či jiné tvůrčí činnosti. Relevantní pro podnik znamená, že se jej týkají, že náleží k podniku jako součást nehmotných složek podnikání a jsou částí nehmotného obchodního majetku, mohou však být (na rozdíl od goodwillu) poskytovány jiné osobě samostatně, bez současného prodeje podniku nebo její části. Podstatné jsou takové poznatky, které pro podnik představují určitou hodnotu, přinášejí mu určitý přínos, a to hmotný i nehmotný nebo strategický (potencionální), jsou nezbytné pro jeho chod či jeho zlepšení. Poznatky musí být též utajované, nesmí tedy být běžně dostupné veřejnosti, resp. příslušným obchodním kruhům, není však třeba, aby jej znala jen jedna osoba (absolutní utajení), postačí také když je všechny osoby, které je znají,

⁴ HOFBAUER, K. *Duševní vlastnictví*. Ústí nad Labem: Fakulta sociálně ekonomická UJEP, 1998. 47 s.

⁵ BOHÁČEK, M. – JAKL, L. *Právo duševního vlastnictví*. Praha: VŠE, Oeconomia, 2002. 40 s.

dostatečně utajují a běžně neposkytují (relevantní utajení). Poznatky musí být též identifikované, tedy vyjádřené objektivně seznatelným způsobem (v dokumentaci, příručce apod.) natolik podrobně a srozumitelně, aby je bylo možno využít a ověřit, zda splňují kritéria podstatnosti a utajení. Nejedná se o schopnosti nebo vlastnosti lidí, na rozdíl od goodwillu je lze oddělit od jejich nositele a předat jiné osobě, vložit samostatně do obchodní společnosti, samostatně ocenit apod.⁶

Know-how nemají speciální právní ochranu, a proto jsou někdy označovány jako „*nechráněné*“. Není to však zcela přesné, protože mohou být chráněny obecně v rámci ochrany obchodního tajemství, popř. ochrany před nekalou soutěží (před otrockým napodobením prostřednictvím postihu podle generální klauzule přímo, popř. před vyvoláním nebezpečí záměny), závažnější případy i trestním postihem úmyslné nekalé soutěže. Ochranu je možné zajistit i ve smlouvě (licenční, o dílo, kupní, nájemní), ale pak je omezena jen na smluvní strany. V mezinárodních vztazích je významná jejich doporučená ochrana v rámci Vzorových ustanovení WIPO o ochraně proti nekalé soutěži.⁷

2.2 Obchodní tajemství

Obchodní tajemství podle § 17-20 obchodního zákoníku tvoří všechny skutečnosti související s podnikem, které mají skutečnou nebo alespoň potencionální hodnotu, nejsou v oborově blízkých podnikatelských kruzích běžně dostupné, mají být utajeny a jejich utajení je zajišťováno. Při porušení nebo ohrožení práva na obchodní tajemství přísluší podnikateli právní ochrana jako při nekalé soutěži.⁸

Obchodním tajemstvím jsou podle našeho práva veškeré skutečnosti obchodní, výrobní či technické povahy, které současně naplňují všechny následující pojmové znaky:

- souvisejí s podnikem

⁶ BOHÁČEK, M. – JAKL, L. Právo duševního vlastnictví. Praha: VŠE, Oeconomia, 2002. 40 s.

⁷ BOHÁČEK, M. – JAKL, L. Právo duševního vlastnictví. Praha: VŠE, Oeconomia, 2002. 40 s.

⁸ HOFBAUER, K. *Duševní vlastnictví*. Ústí nad Labem: Fakulta sociálně ekonomická UJEP, 1998. 46 s.

- mají skutečnou nebo alespoň potenciální hodnotu, jak materiální tak i nemateriální
- nejsou v příslušných obchodních kruzích běžně dostupné (nemusí být utajeny pro všechny ostatní, tedy absolutně, stačí jen relativní utajení vůči těm, kteří o ně mají zájem a mohou je proto od podnikatele získat jen licencí)
- podnikatel je k utajení určil (např. v podnikových směrnících, ve smlouvách obchodních, pracovních aj.)
- odpovídajícím způsobem jsou skutečně utajovány (systém zabezpečení např. sejf, mříže, ozbrojená ostraha, kódy pro stanovení přístupových práv k údajům apod.)⁹

Za obchodní tajemství lze při splnění výše uvedených podmínek označit např. seznamy dodavatelů a zákazníků, ceny, vzory smluv, technologické údaje, prognózy a záměry, havárie (pokud se jejich utajováním neporušují jiné předpisy) a dokonce i skutečnost, že známý výrobní postup je v organizaci používán.

Protože podnikatel provozující podnik, na který se obchodní tajemství vztahuje, má výlučné právo ze zákona tímto tajemstvím nakládat, může poskytnout licenci, stanovit podmínky převodu atd. Práva k obchodnímu tajemství trvají, pokud existuje toto tajemství. Je žádoucí dokumentovat okamžik vzniku obchodního tajemství – nelze jen všeobecně prohlásit, že vše je obchodní tajemství. Obchodní tajemství je nutno zabezpečit technickými i smluvními opatřeními proti prozrazení a stanovit pravidla o nakládání s utajovanými skutečnostmi. Každé poskytování informací, byť nezbytně v souvislosti s podnikáním či publikováním a reklamní činností, nese sebou nebezpečí neúmyslného prozrazení obchodního tajemství. Vždy je rozumné, aby s utajovanými skutečnostmi byl seznamován jen minimální počet osob. Rovněž je nutno uvážit způsob ukládání a ochrany obchodního tajemství – tresor, počítač nebo zásuvka psacího stolu.¹⁰

Důvěrné informace mají ochranu podle § 194 a 271 obchodního zákoníku nebo se jejich ochrana zabezpečuje smluvně.¹¹

⁹ BOHÁČEK, M. a kol. autorů. *Právo průmyslového vlastnictví a jiného duševního vlastnictví*. Praha: VŠE, 1994. 93-94 s.

¹⁰ HOFBAUER, K. *Duševní vlastnictví*. Ústí nad Labem: Fakulta sociálně ekonomická UJEP, 1998. 46 s

¹¹ HOFBAUER, K. *Duševní vlastnictví*. Ústí nad Labem: Fakulta sociálně ekonomická UJEP, 1998. 47 s

2.3 Shrnutí

Pojem know-how souvisí s pojmem obchodního tajemství zakotveným v § 17 obchodního zákoníku (zákon č. 513/1991 Sb.).

Obchodní tajemství je v obchodním zákoníku podmíněno tím, že jde o skutečnosti obchodní, výrobní či technické povahy související s podnikem, které mají skutečnou nebo alespoň potenciální hodnotu, ať již materiální či imateriální povahy, že tyto skutečnosti nejsou v příslušných obchodních kruzích běžně dostupné a že podnikatel má zájem na jejich utajení a toto utajení odpovídajícím způsobem zajišťuje.

Z porovnání obecného pojmu know-how a pojmu obchodní tajemství lze vyvodit závěr, že know-how je současně obchodním tajemstvím, pokud je utajováno ve smyslu obchodního zákoníku.¹²

Know-how je pro společnost velmi důležitou záležitostí. Proto se většina společností snaží část svého know-how (to výjimečné) ochraňovat. Právní ochranou se z know-how stává součást duševního vlastnictví, které je součástí strategie podniku.

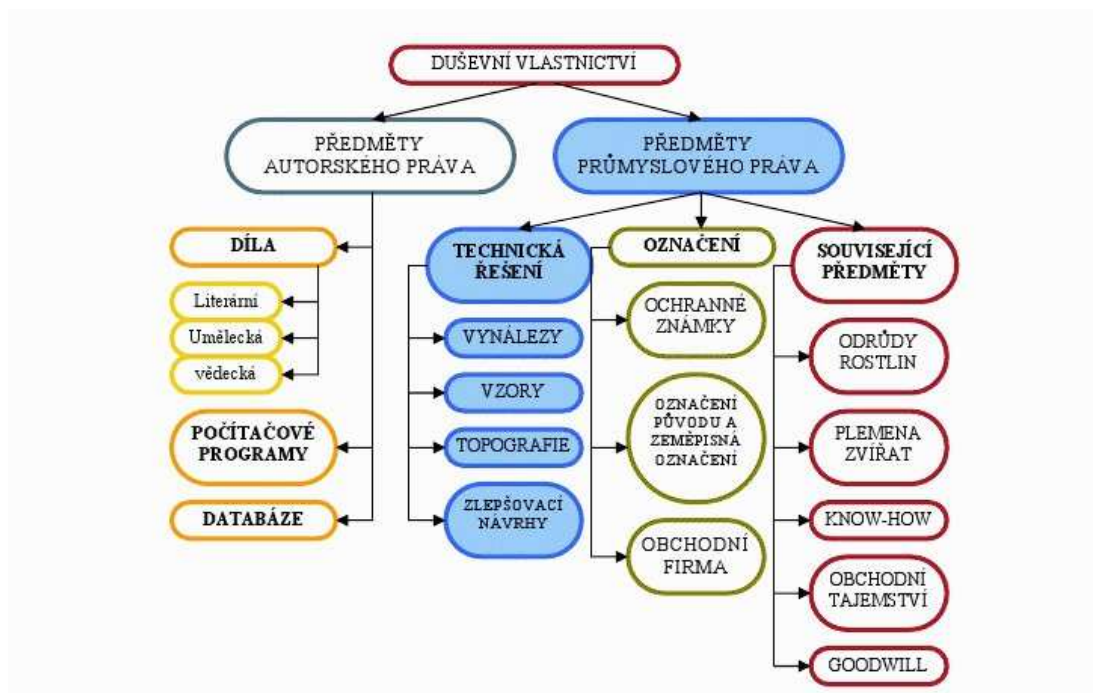
¹² BOHÁČEK, M. – JAKL, L. *Právo duševního vlastnictví*. Praha: VŠE, Oeconomia, 2002. 226 s.

3 Průmyslové vzory jako součást duševního vlastnictví firmy

3.1 *Duševní vlastnictví*

Duševní vlastnictví hraje v současném světě stále významnější roli, dokonce lze říci, že jeho klíčový význam v rozvoji nových technologií a jejich prostřednictvím i nových potřeb, nového životního stylu, je jedním z příznačných znaků této doby. Je to důsledek svobodného otevření tvůrčích sil lidí v masovém měřítku. Zatímco ještě v první polovině 20. století bylo právo duševního vlastnictví záležitostí jen úzkého okruhu osob (tvůrců, právních specialistů aj.), dotýká se od jeho druhé poloviny širokého spektra lidí v běžných ekonomických procesech a vztazích, ať již v postavení tvůrců nebo uživatelů nematných statků chráněných duševním vlastnictvím. Masové uplatnění duševního vlastnictví je spojeno především s počítači, internetem, informatikou, telekomunikacemi a reklamou, ale i se zvládnutím a masovým využitím nových technologií. Duševní vlastnictví a jeho právní ochrana hraje stále významnější úlohu v mezinárodním obchodu.¹³

¹³ BOHÁČEK, M. – JAKL, L. *Právo duševního vlastnictví*. Praha: VŠE, Oeconomia, 2002. 3 s.



Obrázek 1 – Schéma duševního vlastnictví

[Virtuální univerzita MOODLE.VSB.CZ [online]. [cit. 2009-12-12]. Dostupné z WWW:

<http://moodle.vsb.cz/moodle/file.php/751/kapitola1-zaklad.pojmy.pdf>

Schéma zobrazuje rozsáhlou oblast duševního vlastnictví a rozděluje ji na jednotlivé oblasti. Ačkoli jsou pojmy duševního vlastnictví přesně definovány, v praxi to většinou není jednoznačné a okruhy duševního vlastnictví spolu vzájemně úzce souvisí a prolínají se. Modře zvýrazněná oblast je část duševního vlastnictví, která se týká technických řešení. Zelené rámečky se vztahují k právním označením, červená část popisuje související práva průmyslového vlastnictví. O předmětech autorského zákona informují oranžové rámečky.

3.2 Průmyslové vlastnictví

Pojem průmyslové vlastnictví se v novodobé historii objevuje v Pařížské úmluvě na ochranu průmyslového vlastnictví ze dne 20. března 1883 (Pařížská úmluva). Předmětem průmyslového vlastnictví jsou v ní uvedené nehmotné statky.

Mezi předměty ochrany průmyslového vlastnictví tato úmluva ve svém článku 1, odstavci 2 zahrnuje patenty na vynálezy, užité vzory, průmyslové vzory nebo modely, tovární

nebo obchodní známky, známky služeb, obchodní jméno a údaje o provenienci zboží nebo označení jeho původu.¹⁴

Pojem průmyslového vlastnictví je užším pojmem pojmu duševní vlastnictví. Pojem duševního vlastnictví byl zcela jednoznačně definován v článku 2 Úmluvy o zřízení Světové organizace duševního vlastnictví, podepsané ve Stockholmu dne 14. července 1967. Pod pojmem duševního vlastnictví tato úmluva, vedle předmětů ochrany průmyslového vlastnictví, jak jej uvádí Pařížská úmluva, rozumí práva:

- k literárním, uměleckým a vědeckým dílům;
- k výkonům výkonných umělců, zvukových záznamů a rozhlasovému vysílání;
- k vědeckým objevům;
- všechna ostatní práva vztahující se k duševní činnosti v oblasti průmyslové, vědecké, literární a umělecké.¹⁵

Pojem duševního vlastnictví v sobě zahrnuje práva k předmětům průmyslového vlastnictví a práva k ostatním předmětům duševního vlastnictví. Pro tato ostatní práva se používá pojmu práva autorská a práva jim příbuzná.¹⁶

3.3 Průmyslové vzory

Průmyslové vzory jsou předmětem zákona č. 527/1990 Sb. a vyhlášky č. 550/1990 Sb., stejně jako patenty a zlepšovací návrhy.

Za průmyslový vzor se podle zákona považuje vnější úprava výrobku, která je nová a průmyslově využitelná. Průmyslovým vzorem není technické a konstrukční řešení, přenesení známé vnější úpravy na jiný druh výrobku (mlýnské kolo – vykrajované cukroví,

¹⁴ BOHÁČEK, M. – JAKL, L. *Právo duševního vlastnictví*. Praha: VŠE, Oeconomia, 2002. 167 s.

¹⁵ BOHÁČEK, M. – JAKL, L. *Právo duševního vlastnictví*. Praha: VŠE, Oeconomia, 2002. 168 s.

¹⁶ JAKL, L. *Evropský systém ochrany průmyslového vlastnictví a jeho vliv na vývoj v České republice*. Úřad průmyslového vlastnictví, Praha: Grafotechna Print s.r.o., 1999. 19 s.

dekor látkový použit jako porcelánový, zvětšení či zmenšení karoserie auta na přívěšek), záměna materiálu, architektonické řešení stavby, vnější úprava zjištělná jen při zvláštní pozornosti a barva, pokud není použita ve spojení s tvarem, obrysem či s kresbou. Vnější úpravou výrobků se rozumí tvar, obrys, kresba, uspořádání barev či kombinace těchto znaků. U průmyslového vzoru se stejně jako u vynálezu a užitého vzoru vyžaduje světová novost a průmyslová využitelnost, která znamená, že předmět průmyslového vzoru musí být vyrobitelný opakovaně (strojová výroba sklenic a jejich dekory, výroba nádobí a přístrojů, textilních vzorů, koberců, jednotlivé sedací soupravy, tvar auta, specifická barevná úprava atd.).¹⁷

Charakteristickými znaky průmyslového vzoru jsou znaky estetické, nikoliv technické. Jde tedy v podstatě o ochranu vzorů vkusových, nikoli užitných.

Majitel průmyslového vzoru má výlučné právo jej využívat, poskytnout souhlas k jeho využívání nebo jej převést (prodat). Průmyslový vzor využívá ten, kdo jej při své hospodářské činnosti zhotovuje, nebo takový výrobek dováží nebo prodává. Platí zde obdobná ustanovení jako u patentů včetně práva předchozího uživatele. Právo k průmyslovému vzoru zaniká uplynutím doby platnosti nebo vzdáním se. Výmaz průmyslového vzoru se provede návrh třetí osoby nebo z podnětu Úřadu, pokud se zjistí, že podmínky pro zápis průmyslového vzoru nebyly splněny.¹⁸

3.4 Význam průmyslových práv pro mezinárodní obchod

V současné době se prosazuje úloha právní ochrany průmyslového vlastnictví při pohybu zboží a služeb jak v rámci jednotlivých států, tak v rámci mezinárodním.

¹⁷ HOFBAUER, K. *Duševní vlastnictví*. Ústí nad Labem: Fakulta sociálně ekonomická UJEP, 1998. 26 s.

¹⁸ HOFBAUER, K. *Duševní vlastnictví*. Ústí nad Labem: Fakulta sociálně ekonomická UJEP, 1998. 28 s.

Zatímco význam průmyslově právní ochrany při výměně zboží a služeb a transferu technologií uvnitř jednotlivých zemí spočíval především na jeho výlučnosti, v rámci mezinárodního obchodu vystupují v souvislosti s rozvojem vědy a techniky a globalizací trhu v posledních letech další nároky na její funkci. To vyžaduje zavedení celé řady nových prvků do stávajících legislativních úprav, které umožní zejména volný pohyb zboží v rámci integračních seskupení i mimo ně, a přitom majitelům průmyslových práv zajistí přiměřené postavení jejich vlastníků. Dosažení tohoto cíle není v silách jednotlivých zemí.

S rostoucím rozsahem mezinárodního obchodu a geometricky se zvětšujícím počtem průmyslových práv bylo zřejmé, že se těmto změnám musí přizpůsobit jak legislativa jednotlivých států, tak i mezinárodní smlouvy v oblasti průmyslově právní ochrany.

V rámci Světové organizace duševního vlastnictví bylo připraveno a uzavřeno několik mezinárodních multilaterálních smluv, které již vycházely zejména z požadavků mezinárodního obchodu, rozšiřujícího se i mimo hranice Evropy. Patří mezi ně především Smlouva o patentové spolupráci, která podstatným způsobem v rámci celosvětového umožňuje získání patentové ochrany na technická řešení. Stejný cíl sledovalo uzavření Protokolu k Madridské dohodě o mezinárodním zápisu továrních nebo obchodních známek a Smlouvy o známkovém právu.

V rámci Evropského hospodářského společenství byla připravena a uzavřena Smlouva o patentové spolupráci a Úmluva o udělení evropských patentů.

Zásadní význam měla pro oblast průmyslově právní ochrany ve vztahu k zahraničnímu obchodu jednání o Všeobecné dohodě o clech a obchodu (General Agreement on Tariffs and Trade – GATT) z roku 1948. Základním cílem této dohody bylo odstranění diskriminace v mezinárodním obchodě a uvolňování obchodu redukcí celních a jiných překážek. Dohoda o obchodních aspektech práv duševního vlastnictví (Trade Related Intellectual Property Rights – TRIPS), která byla uzavřena v rámci tzv. Uruguayského kola, tvoří nedílnou část smluvních závazků členů Světové obchodní organizace, mezi které patří i ČR. Dohoda TRIPS vychází ze zásady, že ochrana práv k duševnímu

vlastnictví, jejíž podstatnou částí jsou práva průmyslová, je základní podmínkou mezinárodního obchodu bez překážek.¹⁹

3.5 Dohoda o obchodních aspektech práv k duševnímu vlastnictví – Dohoda TRIPS

Dohoda o obchodních aspektech práv k duševnímu vlastnictví (Trade Related Intellectual Property Rights – TRIPS) je jednou z 25 mnohostranných mezinárodních dohod týkajících se mezinárodního obchodu, které byly uzavřeny v rámci tzv. Uruguayského kola v roce 1994 v Marrakeshi při jednání konference o Všeobecné dohodě o clech a obchodu (GATT). Tato konference, která se v průběhu let stala stálou mezinárodní organizací, byla přijetím závěru přeměněna na Světovou obchodní organizaci (World Trade Organization – WTO).

Základním cílem Dohody o obchodních aspektech práv k duševnímu vlastnictví (Dohoda TRIPS) bylo zmenšit deformace a překážky mezinárodního obchodu, podporovat účinnou a přiměřenou ochranu práv k duševnímu vlastnictví a zajistit, aby se opatření a postupy k dodržování práv k duševnímu vlastnictví nestaly překážkami oprávněného obchodu.²⁰

V Dohodě jsou promítnuty *základní principy činnosti Světové obchodní organizace, a to národní zacházení, doložka nejvyšších výhod a nediskriminace*. Princip národního zacházení zaručuje stejné zákonné posuzování, zacházení a přístupy jak domácím subjektům, tak k subjektům pocházejícím z členských zemí WTO. Pokud smluvní stát přizná režim nejvyšších výhod jinému smluvnímu státu, musí ho přiznat také všem ostatním smluvním státům. Ustanovení o nediskriminaci jsou na rozdíl od dohod o zboží u Dohody TRIPS aplikována na fyzické a právnické osoby.

¹⁹ JAKL, L. *Evropský systém ochrany průmyslového vlastnictví a jeho vliv na vývoj v České republice*. Úřad průmyslového vlastnictví, Praha: Grafotechna Print s.r.o., 1999. 15-16 s.

²⁰ JAKL, L. *Evropský systém ochrany průmyslového vlastnictví a jeho vliv na vývoj v České republice*. Úřad průmyslového vlastnictví, Praha: Grafotechna Print s.r.o., 1999. 122 s.

Transparentnost je zajištěna ustanoveními Dohody, podle kterých je každý členský stát povinen oznámit své právní předpisy týkající se dostupnosti, rozsahu, nabývání a dodržování práv nebo předcházení zneužití práv k duševnímu vlastnictví Radě TRIPS jako výkonnému orgánu Dohody. Každá členská země má dále povinnost poskytnout informace vztahující se ke konečným soudním a správním rozhodnutím a dvoustranným dohodám v oblasti práv k duševnímu vlastnictví. Musí také odpovědět na písemné otázky k jejím právním předpisům. Na tomto základě probíhá postupně na jednáních Rady TRIPS prověrka legislativ jednotlivých členských států. Prověrka legislativy České republiky již byla ukončena ve všech oblastech ochrany a dodržování práv k duševnímu vlastnictví (v roce 1997).²¹

Pokud jde o normy týkající se dostupnosti, rozsahu a užití práv k duševnímu vlastnictví, je na začátku zdůrazněn v oblasti autorskoprávní ochrany princip, že tato ochrana nebude poskytována myšlenkám, postupům, výrobním metodám nebo matematickým pojmům jako takovým, ale jejich vyjádřením.²²

Při získání a udržování práv k duševnímu vlastnictví se členské státy zavázaly dodržovat rozumná řízení a formality a umožnit udělení nebo zápis práva v přiměřené lhůtě, aby se předešlo bezdůvodnému zkrácení doby ochrany. Dále se zavázaly, že konečná správní rozhodnutí v kterémkoli řízení o získání a udržování práv k duševnímu vlastnictví budou podléhat přezkoumání soudním orgánem.²³

V Dohodě jsou na rozdíl od předcházejících mezinárodních smluv na ochranu práv k duševnímu vlastnictví zakotvena ustanovení vztahující se k *prosazení (vynucení)* těchto práv. Předcházející mezinárodní smlouvy vytvořily stejné podmínky i pro zahraniční

²¹ MPO – WTO – Dohoda TRIPS – Východiska Dohody TRIPS [online]. [cit. 2009-12-12]. Dostupné z WWW: <http://www.mpo.cz/dokument6336.html>

²² JAKL, L. *Evropský systém ochrany průmyslového vlastnictví a jeho vliv na vývoj v České republice*. Úřad průmyslového vlastnictví, Praha: Grafotechna Print s.r.o., 1999. 123 s.

²³ JAKL, L. *Evropský systém ochrany průmyslového vlastnictví a jeho vliv na vývoj v České republice*. Úřad průmyslového vlastnictví, Praha: Grafotechna Print s.r.o., 1999. 127 s.

majitele práv, avšak tato práva velmi často nebyla důsledně prosazována a nebylo postihováno jejich nedodržování.

Striktní ustanovení na ochranu a vynucení práv k duševnímu vlastnictví byla do Dohody promítnuta zejména na nátlak zemí – vývozců technologií a know-how. Velký vliv sehrály sektory ekonomiky, které jsou nejvíce ohrožené nelegálním kopírováním (v oblasti autorských práv a patentů) a paděláním (v oblasti ochranných známek), jako jsou např. farmaceutický a chemický průmysl, zábavní průmysl a průmysl informačních technologií.

Na rozdíl od předchozích mezinárodních smluv na ochranu práv k duševnímu vlastnictví, je Dohoda TRIPS spravována Světovou obchodní organizací. Mezi WTO a WIPO (Světovou organizací duševního vlastnictví), která spravuje všechny ostatní smlouvy v této oblasti, byla podepsána dohoda o spolupráci.

Dohoda TRIPS stanovuje minimální standard ochrany práv k duševnímu vlastnictví, kterého jsou povinny dosáhnout všechny členské země. Vyspělé státy byly touto Dohodou zavázány plnit všechna její ustanovení od 1.1.1996, země s tranzitní ekonomikou a rozvojové země mají povinnost plnit Dohodu od 1.1.2000 a nejméně rozvinuté země od 1.1.2006.²⁴

²⁴ MPO – WTO – Dohoda TRIPS – Východiska Dohody TRIPS [online]. [cit. 2009-12-12]. Dostupné z WWW: <http://www.mpo.cz/dokument6336.html>

4 PRECIOSA – LUSTRY, a.s. a Know-how

4.1 *Historie a vývoj společnosti*

Tradice výroby svítidel v Kamenickém Šenově se začíná psát počátkem 18. století. Po roce 1720 získal Josef Palme z Práchně, jako první v oboru, povolení vyrábět svítidla, lustry, lampy apod. Byly založeny první domácí dílny a obchody se svítidly.

V té době byla výroba lustrů v Čechách značně rozsáhlá. Na mnoha českých zámcích můžeme spatřit celoskleněná svítidla právě z Palmeho výroby. Po roce 1750 tvořila tato svítidla značnou část exportu, převážně pro Španělsko.

V roce 1849 vznikla v Kamenickém Šenově dílna Eliase Palmeho na výrobu lustrů, která se velmi brzo rozrostla v rozsáhlý podnik s velkým počtem zaměstnanců. V roce 1873 úspěšně prezentovala své výrobky na světové výstavě ve Vídni. (Právě v této dílně vznikl v roce 1928 ověsový koš o průměru deseti metrů, v té době největší na světě, pro hlediště Královské opery v Římě.)

V průběhu celé druhé poloviny 19. století museli výrobci přizpůsobovat svá svítidla novým světelným zdrojům, z nichž nejvýznamnější byla žárovka. Severočestí výrobci spolupracovali s pražskou firmou Františka Křižíka, která se zaměřila na prodej lustrů s elektrickým osvětlením. Podobu těchto lustrů zachovaly vzorníky pražského elektrotechnického závodu Františka Křižíka. Jedním z prvních, kteří prodávali zmodernizovaná svítidla, byl Elias Palme z Kamenického Šenova.²⁵

Koncem 30. let 20. století a během války sklářská výroba celkově stagnuje.

²⁵ KARSCH, R. a kol. *Historie sklářské výroby v českých zemích II. Díl/2*. Academia, 2003. 443 s.

Vedle Palmeho se v oblasti sklářského průmyslu v Severních Čechách vyskytuje ještě několik středních výrobců. K těm známějším patří například firma A. Schonbeka ze Smržovky nebo firma Carla Hosche z Boru. V Kamenickém Šenově působil Palme Walter (zal. 1920), který se zabýval výrobou bronzových a křišťálových lustrů.

Po druhé světové válce jsou z Čech nuceni odejít významní lidé sklářského průmyslu, kteří měli povědomí o firemních know-how. I když se výroba v Čechách zachovala, díky znalostem zaměstnanců a udělování výjimek některým Němcům, měl odliv významných lidí velký vliv na dalším vývoji sklářského průmyslu.

Významní lidé jako Swarovski nebo Schonbek odešli po válce do zahraničí, kde založili nové podniky. (Swarovski – Rakousko, Schonbek – USA) Tyto podniky ve svém vývoji Preciosu Lustry mnohonásobně předstihly a např. Swarovski je dnes nejvýznamnější světovou značkou.

V roce 1946 byly lustrařské společnosti a drobní výrobci sloučeni pod „Společnou národní správu podniků pro výrobu skleněných lustrů v obvodech Bor a Kamenický Šenov se sídlem v Kamenickém Šenově“. Národní správa zahrnovala firmy z Kamenického Šenova: Companie Elias Palme, Palme Walter; z Práchně: Christof Palme, Kajetán May a synové, Theodor Palme, Jindřich Jochmann; z Boru: Carl Hosch, Reinhold Palme, Oppitz Max; z Chřibské: Vilém Tschinkel, Bratři Henzelové.²⁶

V roce 1948 byl závod přejmenován na „n.p. Spojené továrny na lustry se sídlem v Kamenickém Šenově“. K dalšímu přejmenování na „Lustry, n.p.“ došlo rozhodnutím ministra lehkého průmyslu ke dni 1.3.1952. O šest let později byl podnik podřízen Sdružení podniků Jablonecké bižuterie se sídlem v Jablonci nad Nisou. V letech 1961-1977 závod podléhal podniku Technické sklo v Sázavě a později Průmyslu technického skla v Praze.²⁷

²⁶ KARSCH, R. a kol. *Historie sklářské výroby v českých zemích II. Díl/2*. Academia, 2003. 456 s.

²⁷ KARSCH, R. a kol. *Historie sklářské výroby v českých zemích II. Díl/2*. Academia, 2003. 456 s.

Hlavní závod podniku Lustry pracoval v původní továrně Eliase Palmeho. V závodě Lustry, n.p. v té době pracovalo více než 350 zaměstnanců. V roce 1961 byl rozšířen provoz č. 1 (budova původní továrny Eliase Palmeho, nazývaná „Eliáška“) o bývalou koželužnu v dolním Kamenickém Šenově. Zde byla umístěna sériová výroba pro tuzemsko a SSSR, zřízeny prostory pro exportní montáž a lakovnu. Kolem roku 1960 sestávala produkce pro vývoz „tereziánů“ (tato svítidla jsou inspirována lustrem, který byl v Čechách vyroben pro Marii Terezii v polovině 18. století. Charakteristickým prvkem jsou kovová ramena, která jsou obložena skleněnými lištami a ozdobena křišťálovými rozetami), emailových a trubkových lustrů, různých druhů nástěnných ramen, kandelábrů, košů aj. Pro tuzemsko byla vyráběna svítidla moderní, závěsné a stojanové lampy.²⁸

Výstavba velkého koncernu v Kamenickém Šenově (zahájena 1966, ukončena 1972) znamenala výraznou koncentraci výroby. Součástí nového závodu byla sklářská huť na výrobu lustrových dílců, následovalo postupné připojování výroby v rafineriích skla, slévárně, montážích a kovovýrobě.²⁹

V roce 1990 vznikla ze s.p. Lustry, akciová společnost s provozy sklovýroby, kovovýroby a montáže v Kamenickém Šenově, provozem skleněných lustrů v Novém Boru, výrobou ověsových souprav ve Smržovce a MT lustrů v Jiřikově. K 29.12.1995 došlo ke změně majoritního vlastníka a firma získala obchodní název Preciosa – Lustry, a.s. K 1.1.2000 byla veškerá výroba a kompletace svítidel soustředěna do Kamenického Šenova.³⁰

V období po druhé světové válce až do roku 1989 vládl v Československu komunismus, což nepříznivě působilo na rozvoj know-how. Podniky si nekonkurovali, což nenutilo firmy investovat do vývoje – úroveň know-how se neposunovala dále.

²⁸ KARSCH, R. a kol. *Historie sklářské výroby v českých zemích II. Díl/2*. Academia, 2003. 457-458 s.

²⁹ KARSCH, R. a kol. *Historie sklářské výroby v českých zemích II. Díl/2*. Academia, 2003. 458 s.

³⁰ KARSCH, R. a kol. *Historie sklářské výroby v českých zemích II. Díl/2*. Academia, 2003. 460 s.

Vliv znárodnování na celkovém vývoji know-how

Spojení podniků (podniků, které se zabývaly stejnou činností, v tomto případě výrobou skla a sklářských produktů), nebo-li zestátnění malých podniků a spojení do jednoho, silně ovlivnilo další vývoj know-how. Došlo k celkové stagnaci rozvoje know-how. Státní podnik vydělával na již známých postupech, výrobních procesech, designech, které prodával levněji, než by to původní úrovni odpovídalo. Vyváželo se především do Ruska, které bylo v té době největším odběratelem.

Po roce 1989 vznikla řada malých podniků, které se staly pro Lustry konkurencí. Především proto, že vlastnily výrobní technologie (know-how), které si Lustry před rokem 1989 neochránily. Know-how převzali lidé, kteří byli s Preciosou Lustry v nějakém vztahu, ať již pracovním nebo jiném (např. dodavatelském). Tito lidé si pak založili firmy se stejným předmětem podnikání a vyrábějí shodné či podobné výrobky. Tento vývoj ovlivnil Lustry natolik, že se firma s následky vypořádává dodnes (v podobě rozšířené konkurence menších firem).

4.2 Význam know-how pro Preciosu – Lustry, a.s.

4.2.1 PODSTATA KNOW-HOW SPOLEČNOSTI PRECIOSA – LUSTRY, a.s.

Podle právníka společnosti Preciosa Lustry, a.s.:

„Obecně se jedná o soubor vlastností či schopností (dovedností), které se vytvářeli a stále vytvářejí již celá staletí (od 18. století). Tyto dovednosti se projevují zejména v umění vyrobit dekorativní lustr. Pokud bychom si položili otázku, co by se stalo, kdybychom se rozhodli fabriku přemístit z jednoho místa na druhé (do úplně jiného kouta republiky) v rádech týdnů či měsíců, jsme schopni okamžitě nahradit schopnosti, dovednosti a znalosti lidí, kteří zde pracují? Odpověď je jednoznačná. Nejsme.

Konkrétně lze tedy know-how společnosti charakterizovat ve dvou rovinách:

- I. Design – dovednost nakreslit dekorativní lustr tak, aby se líbil zákazníkovi a aby byl za přijatelnou cenu*
- II. Technologie – kdo jiný je schopen vyrobit lustr přesně dle přání zákazníka.“*

Jak jsem již výše zmínila, křišťálová svítidla z výroby Preciosa Lustry, a.s., zdobí mnoho paláců po celém světě. Ale také dovedou ozvláštnit moderní interiéry. Preciosa – Lustry, a.s. čerpá ze zásob nad 12 tisíc rozličných modelů – od historických plánů starých několik století až po nejnovější počítačové konstrukce, které ještě čekají na svou výrobu.

Nejeden chrám, hotel či hudební síň jsou osvětleny křišťálovými lustry z Preciosy. Do důsledku platí – „Co kus, to originál“. Rozhoduje přání zákazníka. A v tom podle mého názoru spočívá právě know-how společnosti Preciosa – Lustry, a.s.. Je schopna vyrobit svítidlo, dle přání zákazníka, podle jeho představ a i přesto se přísně držet svého stylu a tradičních výrobních postupů.

Světelné projekty vznikají ve spolupráci s designéry Preciosy a architekty interiérů. Ti sledují a kontrolují proces vzniku svítidel přímo ve výrobě. Vzájemná spolupráce v případě náročných projektů znamená také vytvoření vizualizace návrhu osvětlení ve 3D a vytvoření řady vzorků a prototypů. Velmi významnou a nepostradatelnou součástí celkové realizace osvětlení je jedinečné kvalitní řemeslné zpracování výrobků, které respektuje platné normy.

Důkazem úspěšné spolupráce zákazníka a Preciosy je například realizace svítidel pro Novou scénu Velkého divadla v Moskvě nebo vybavení reprezentativních prostor hotelu The Emirates Palace v Abu Dhabi - jednoho ze dvou sedmihvězdičkových hotelů na světě!

4.2.2 ŘEŠENÍ SVÍTIDEL NA MÍRU

Řešení svítidel na míru je v dnešní době velmi prestižní záležitostí. Představy zákazníků jsou různorodé, a proto vždy musíme dbát alespoň na několik málo aspektů:

I. Světlo

Původně měly křišťálové lustry sloužit ke změně světla svíček na tisíce světélek, což dnes už není problém. Jedná se o sériovou a levnou výrobu, ale jen do chvíle, kdy zákazník začne zvyšovat své nároky na atmosféru, originalitu a perfektní provedení. Preciosa prozatím dokázala najít řešení i pro nejodvážnější představy svých zákazníků.

II. Sklo

Díky tradici získala společnost Preciosa – Lustry, a.s. řadu zkušeností, které umožňují tvořivý přístup k jedinečnosti a kráse českého křišťálu. Z generace na generaci je předávána znalost umění ručně tvarovat a foukat sklo. Čiřost a tvrdost křišťálu je zvýrazněna broušením a každá přesná hrana podtrhuje lesk a třpyt.

III. Lustr

Repase, rekonstrukce nebo repliky historických svítidel se nemusí dělat pouze z historických plánů. Vývoz lustrů z Kamenického Šenova, který trvá už tři století, umožňuje dnešní generaci se vcítit do myšlení předků a pochopit jejich záměr a práci. K současným technologiím společnosti Preciosa - Lustry patří jak novodobé řezání laserem, tak i klasické odlévání do písku, což umožňuje repliku vyrobit zcela autenticky – tak, jak vznikl originál.

IV. Zákazník

Preciosa – Lustry je schopna ve spolupráci se zákazníkem vyvinout nové materiály i technologie. Vzhledem k tomu, že zákazníci Preciosy jsou z celého světa (např. až

z Nového Zélandu), musí mít vypracovaný systém, jak spolehlivě spolupracovat na projektech se zákazníkem bez ohledu na zeměpisnou vzdálenost.

V. Čas

Dvě základní věci, které jsou pro projekt velmi důležité, jsou spolehlivost a rychlost – dělat věci správně. I přes veškerou snahu a kvalitu svítidel se čas podepíše na všem – prach, znečištěné ovzduší, drobné nehody a další, to vše se postupně projevuje i na nejkvalitnější práci. Proto Preciosa nabízí pravidelnou údržbu, čištění a případné repase.

VI. Svět

Preciosa klade důraz na přímá obchodní zastoupení od Hong Kongu až po Buffalo. Lustry vyrobené na zakázku se značkou Preciosa najdeme v divadlech, chrámech, soukromých rezidencích i hotelech po celém světě. Kromě jejich kvality a krásy za to může i rozšiřující se paleta jejich služeb i zahraničních partnerů, ale hlavně spokojených zákazníků.

Všech šest aspektů posiluje know-how společnosti. Největší částí se na know-how Preciosa – Lustry, a.s. podílí (z mého subjektivního pohledu) právě tradice výroby. Zachování původních výrobních postupů, ať už jde o tradiční odlévání do písku, ruční tvarování a foukání skla nebo ručního malování skla. Další nedílnou částí know-how Preciosy je také schopnost vyrovnat se zahraničním výrobcům, schopnost jim konkurovat, ale také schopnost umožnit realizovat přání svých zákazníků.

5 Průmyslové vzory a skupiny výrobků a jejich konkrétní realizace

Předmětem tvůrčí činnosti Preciosa – Lustry, a.s. je především design, kterým se odlišuje od své konkurence.

Průmyslový vzor chrání výsledek tvůrčí činnosti, což je určitý vzhled výrobku, který je určen potenciálnímu zákazníkovi. Chrání tedy vnější uspořádání výrobku, které je původní a má charakter estetický, nikoli funkční. Je to ornamentální (ozdobný) nebo estetický aspekt výrobku. Ozdobný aspekt může spočívat ve tvaru, v obrysu, ve vzoru (kresbě), v barvě výrobku nebo v kombinaci těchto znaků. Musí být vnímatelný zrakem. Vzhled výrobku je jedním z faktorů, které na trhu odlišují výrobky téhož druhu a obdobných parametrů, pocházející od různých výrobců. Zákazník si v těchto případech bude vybírat podle kritéria estetického.³¹

5.1 Faktory ovlivňující know-how Preciosa – Lustry, a.s.

5.1.1 DODAVATELSKÉ VZTAHY

Z hlediska dodavatelských vztahů lze hovořit o dvou důležitých faktorech, které v poslední době velmi ovlivňují know-how společnosti. Jedná se o vybudování pobočky v Číně a o externí výrobu (kooperace u společností a podnikatelů působících v ČR).

³¹ TÝČ, V. *Průmyslová a autorská práva v mezinárodním obchodě*. Linde Praha a.s., 1997. 53 s.

5.1.1.1 Pobočka v Číně

Každá firma, která se chce v segmentu velkovýroby prosadit, musí globálně přemýšlet o svých konkurenčních výhodách. Přesunutí nebo alespoň outsourcing³² výroby v Číně, kde jsou podstatně nižší mzdy, je strategickým manažerským rozhodnutím.

Čína nabízí obrovské šance, což dokazuje přechod řady světových koncernů a předních světových výrobců. Navíc země prochází nebývalým hospodářským rozvojem a také zaručuje západním producentům stabilitu cen.

Výhodami výroby v Číně mohou být například nízké náklady na přípravu výroby, nízké výrobní náklady, úspora personálních nákladů, žádné investice do výrobních technologií, nízké mzdové náklady (které jsou u nás velmi významnou kalkulační položkou).

Nevýhodou přesunutí části výroby do Číny je naopak ztráta pracovních míst v domácí zemi, snižování kvality výrobku či riziko ztráty podnikového know-how.

5.1.1.2 Externí výroba

Preciosa – Lutry, a.s. velmi často využívá pro svou výrobu i externí společnosti či podnikatele působící na území České republiky. Tato kooperace je většinou výhodná pro obě firmy. Vzájemně si vypomáhají.

³² Outsourcing je proces, při kterém společnost deleguje vedlejší činnosti a práci ze své interní struktury na externí firmu specializovanou na provádění těchto operací. Outsourcing se považuje za obchodní rozhodnutí, které vede ke snížení nákladů a (nebo) k zaměření se na důležitější úkoly v rámci výrobního procesu související s konkurenceschopností.

[NWT Computer s.r.o. : IT a Telco Outsourcing [online]. [cit. 2009-11-04]. Dostupné z WWW: http://www.nwt.cz/lang_cs/clanek/3/18/10.html]

Externí výroba přináší také řadu nevýhod. Společnost je nucena poskytovat své know-how například ve formě projektových dokumentací, a tím v podstatě velmi riskuje jeho kopírování. Chránit se před tímto kopírováním lze například smlouvou, ale nikdy není stoprocentní jistota zajištění.

5.1.2 KONKURENČNÍ VZTAHY

Stejně jako u dodavatelských vztahů, tak i u konkurenčních vztahů ovlivňují know-how také dva nejvýznamnější faktory. A to odchod zaměstnanců a kopírování.

5.1.2.1 *Odchod zaměstnanců* (dopad na firmu, na rozvoj produktu)

Odchod zaměstnanců z firmy je jedním z trvalých problémů, který nedává spát mnoha manažerům, a nejen těm. Zvláště týká-li se odchodu kvalitních, dlouholetých zaměstnanců, lidí výkonných a loajálních.

Nevýhody – ztráta zaškolených zaměstnanců, únik citlivých informací a obchodního tajemství, ztráta zákazníků (zaměstnanec si kontakty na ně odnáší s sebou z firmy), zvýšené náklady na výběr a adaptaci nových zaměstnanců, minimálně přechodné zhoršení péče o zákazníky, možnost ztráty kreditu a důvěryhodnosti také u dodavatelů.

5.1.2.2 *Kopírování a autorské právo* (copyright)

Autorské právo (copyright) je právo, které popisuje nároky tvůrců tzv. „autorských děl“ na ochranu před nespravedlivým použitím jejich tvorby. Autorské právo je součástí duševního vlastnictví. Autorské právo nechrání samostatné myšlenky a nápady, ale pouze konkrétní

díla – konkrétní vyjádření takových myšlenek – dílo, které můžeme objektivně vnímat. Autorským dílem je pouze jedinečný výsledek tvůrčí činnosti autora.

Jelikož jsem podstoupila praxi právě v Preciose – Lustry, a.s., vím, že společnost má s copyrightem také své zkušenosti. Setkala jsem se tam s případem, kdy fotografie významných světelných projektů podniku byly zkopírovány a následně vydávány za vlastní jinou společností, která působí na trhu a zabývá se stejným předmětem podnikání. Tento případ se dodnes právně řeší.

Na druhou stranu se i Preciosa – Lustry, a.s. snažila napodobit produkt jiné společnosti. Konkrétně se jednalo o projekt „koule“ A. Schonbeka. Preciose – Lustry, a.s. se zalíbil jeho nápad a chtěla nějakým způsobem nenarušit jeho ochranu. Ale problémem je, že A. Schonbek má tuto „kouli“ chráněnou jak v americkém, tak i v evropském právním řádu průmyslového vlastnictví, a to jak jako průmyslový vzor, tak i jako patent. Technologové z Preciosa – Lustry, a.s. se snažili navrhnout řadu jiných řešení, ale žádným z nich nebyli schopni patenty nenarušit.

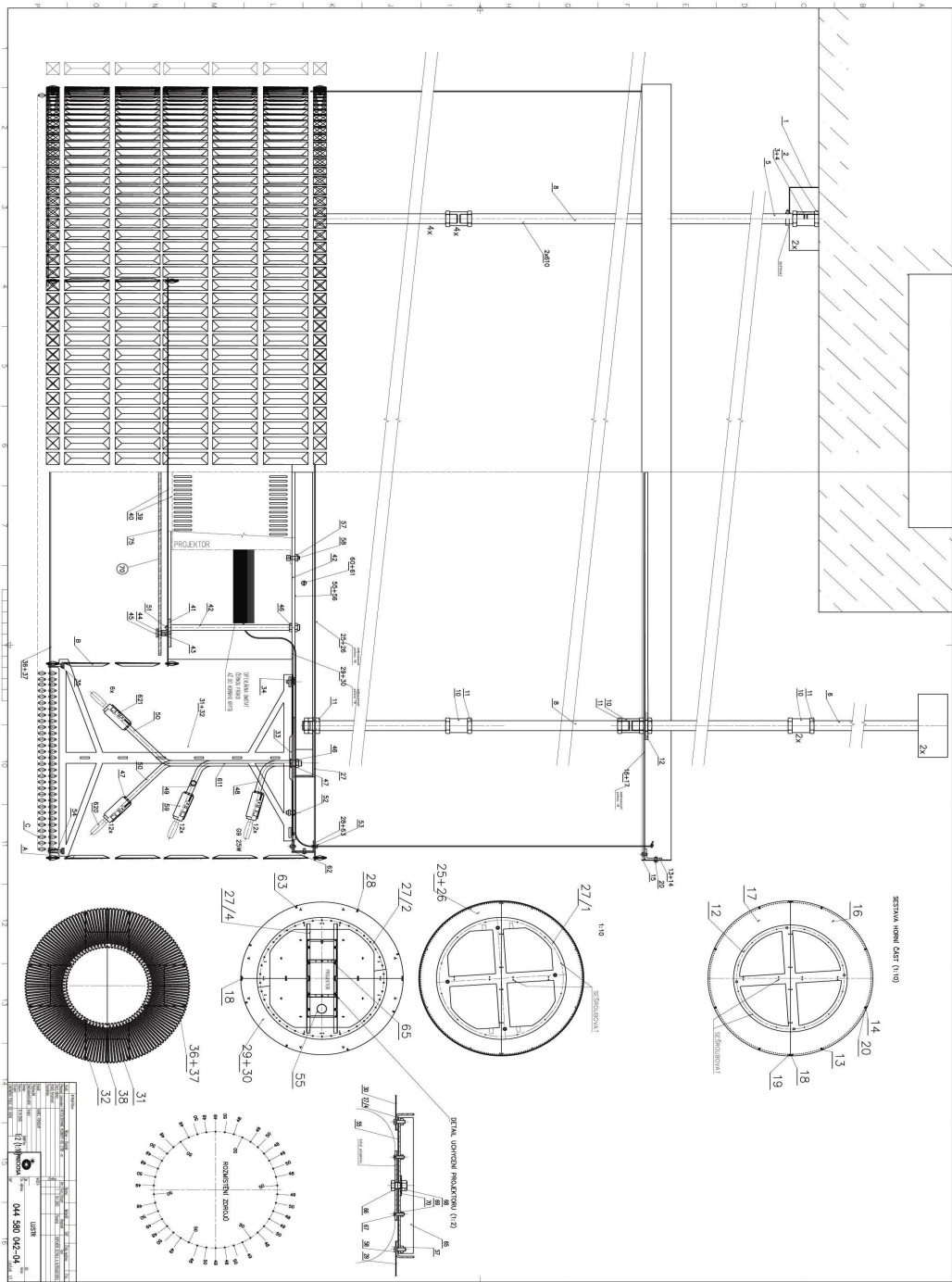
5.2 Světelný projekt

Ráda bych tuto práci obohatila něčím zajímavým. Proto jsem si vybrala srovnání projektové dokumentace a výsledné podoby světelného projektu, který byl vyráběn dle přání zákazníka.

Svítilidlo, o kterém se zmiňuji, bylo dodáno do jednoho nejmenovaného Kasina v USA.

Zákazník společně s designérem navrhli „skicu“ (viz. obrázek č.2), podle které by mělo být svítidlo vyrobeno. Problém spočíval v tom, že by při tomto řešení Preciosa – Lustry, a.s. zkopírovala patentové řešení společnosti Schonbek. Konkrétně se tedy vymyslel nový způsob zavěšení ověsu na horní nosnou desku. Ověs se neprovléká skrz díru vyřezanou do

kovové nosné desky zespoda, nýbrž bokem skrze vyřezanou mezeru a vtipným pootočením se do desky zasadí.



Obrázek 2 - Projektová dokumentace – skica projektu
[Preciosa – Lustry, a.s.]

Svítidlo tím získá úplně jiný dekorativní efekt. Je daleko více prosvětlené, nehledě na to, že zasunutí bokem je z hlediska výroby a montáže daleko praktičtější než skrz otvorem, který je po všech stranách uzavřený.



Obrázek 3 – Svítidlo ve vstupní hale Kasina
[Preciosa-Lustry, a.s.]

Pokud se důkladněji zaměříme na porovnání projektové dokumentace a výsledné fotografie, můžeme posoudit, že na skice vypadá svítidlo fádně, nezáživně a v podstatě velmi jednoduše, kdežto výsledný efekt po smontování svítidla je naprosto úžasný.



Obrázek 4 – Svítidlo v Kasinu v USA

[Preciosa – Lustry, a.s.]

ZÁVĚR

Cílem této bakalářské práce bylo zhodnotit důležitost know-how (jako součásti duševního vlastnictví) společnosti, jejíž produkty jsou vyváženy především do zahraničí. Firma Preciosa – Lustry a.s. používá velmi významná know-how ve výrobě, která by, pokud to lze, měla být v co největší míře chráněna jako duševní vlastnictví a tento proces by se měl stát prvkem strategie firmy.

Podle mých poznatků, které jsem získala během praxe ve zmíněné společnosti Preciosa – Lustry, a.s., a dle znalostí, které jsem získala při psaní této práce, si myslím, že duševní vlastnictví se v poslední době stává stále důležitějším fenoménem, jehož ochrana patří k základním prvkům obchodních vztahů po celém světě. Vývoj nových technologií a globalizace trhů přináší firmám nové možnosti, ale samozřejmě také rizika. Dříve pro firmy ochrana duševního vlastnictví znamenala pouhou administrativní a pomocnou činnost, kdežto dnes se z ní stává jedna ze základních manažerských a organizačních činností.

Pět důležitých kategorií duševního vlastnictví, které vyplývají z této práce:

- **patent**, který chrání nové technologie. Nevýhodou je, že získání patentu je velmi nákladné.
- **design** – chrání vnější vzhled výrobku. Je jednoduché ho právně získat, jelikož je široce definován.
- **copyright** (autorské právo) – chrání vyjádření myšlenek.
- **trademark** (ochranná známka) – chrání jakýkoli znak, symbol, logo. Může být rozšířena na zvuk nebo charakteristické tvary produktu.
- **výrobní tajemství** – chrání způsob výroby, návody či jakékoli jiné know-how.

Pokud bychom se měli na problematiku týkající se duševního vlastnictví podívat z obecného pohledu, je zřejmé, že současné úspěšné společnosti profitují především ze svého duševního vlastnictví, které sahá od značky, patentů až po jejich firemní know-how. Správa, rozvoj a účinná ochrana duševního vlastnictví se stávají strategickou záležitostí, především tedy pro společnosti, které působí na globálním trhu. Společnosti by se proto

měly věnovat strategiím na ochranu, kontrolu a využití svého duševního vlastnictví, ale neměly by opomenout ani rozvoj a prohlubování auditních a kontrolních procesů směrem k obchodním partnerům, měly by se zaměřit na spolupráci se státní správou a na komunikaci se svými zákazníky.

Pokud tedy budu hodnotit duševní vlastnictví v Preciose – Lustry, a.s. mohu říci, že duševní vlastnictví prochází celým podnikem – od první skici až po expedici zboží. Duševní vlastnictví je ve všech lidech, kteří ve společnosti pracují a přenáší se na každého nově příchozího zaměstnance. Preciosa – Lustry a.s. bohužel nemá registrovány žádné patenty ani průmyslové vzory, ale značná část jejích svítidel je originální a vztahují se na ně autorská práva.

Závěrem bych ráda zmínila slova právníka společnosti Preciosa – Lustry a.s.: „ *Tak jak to umíme nakreslit my, to umí nakreslit jen málokdo na světě. Vyrobit lustr také nedokáže každý. Na to je potřeba určitý soubor znalostí a zkušeností, který se buduje desítky let. Ten my máme, to je naše know-how, naše duševní vlastnictví. Firma nemusí za každou cenu patentovat nebo registrovat průmyslové vzory, ale měla by investovat do vývoje nových technologií a měla by pečovat o to, aby kvalifikovaní zaměstnanci neodcházeli ke konkurenci, neměla by hledat subdodavatele a říkat jim, jak mají výrobky vyrábět a zejména by to neměla dělat směrem do Číny.*“

SEZNAM LITERATURY

Citace:

- [1] BOHÁČEK, M. – JAKL, L. Právo duševního vlastnictví. 1. vyd. Praha: VŠE, Oeconomia, 2002. 324 s. ISBN 80-245-0463-4
- [2] BOHÁČEK, M. a kol. autorů. Právo průmyslového vlastnictví a jiného duševního vlastnictví. 1. vyd. Praha: VŠE, 1994. 220 s. ISBN 80-7079-388-0
- [3] HOFBAUER, K. Duševní vlastnictví. 1. vyd. Ústí nad Labem: Fakulta sociálně ekonomická UJEP, 1998. 93 s. ISBN 80-7044-208-5
- [4] JAKL, L. Evropský systém ochrany průmyslového vlastnictví a jeho vliv na vývoj v České republice. 1. vyd. Úřad průmyslového vlastnictví, Praha: Grafotechna Print s.r.o., 1999. 194 s. ISBN 80-85100-85-1
- [5] KARSCH, R. a kol. Historie sklářské výroby v českých zemích II. Díl/2. 1. vyd. Academia, 2003. 570 s. ISBN 80-200-1104-8
- [6] Komplexní podniková strategie [online]. [cit. 2009-06-22]. Dostupné z WWW: http://www.contros.cz/produkty/popis/05_pkps.htm
- [7] MPO – WTO – Dohoda TRIPS – Východiska Dohody TRIPS [online]. [cit. 2009-12-12]. Dostupné z WWW: <http://www.mpo.cz/dokument6336.html>
- [8] NWT Computer s.r.o. : IT a Telco Outsourcing [online]. [cit. 2009-11-04]. Dostupné z WWW: http://www.nwt.cz/lang_cs/clanek/3/18/10.html
- [9] STRNAD, P. – DĚDKOVÁ, J. Strategický marketing. 2. vyd. Liberec: TUL, 2004. 129 s. ISBN 80-7083-826-4
- [10] TÝČ, V. Průmyslová a autorská práva v mezinárodním obchodě. Linde Praha a.s., 1997. 166 s. ISBN 80- 7201-102-2

Bibliografie:

- [1] ČADA, K. Obchodní tajemství a know-how. 1. vyd. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 1997. ISBN 80-85100-67-3
- [2] Historie: O městě: Kamenický Šenov [online]. [cit. 2009-07-12]. Dostupné z WWW: http://www.kamenicky-senov.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=6264&id=1012&p1=52

- [3] MACHKOVÁ, H. – ČERNOHLÁVKOVÁ, E. – SATO, A. ET AL. Mezinárodní obchodní operace. 4. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 244 s. ISBN 978-80-247-1590-2
- [4] Marketingové noviny [online]. [cit. 2009-12-13]. Dostupné z WWW: http://www.marketingovenoviny.cz/index.php3?Action=View&ARTICLE_ID=4431
- [5] Preciosa – Vaše brilantní volba – Preciosa [online]. [cit. 2009-10-29]. Dostupné z WWW: <http://www.preciosa.com/>
- [6] Účetnictví pro každého – analýza podniku – podniková strategie [online]. [cit. 2009-12-12]. Dostupné z WWW: <http://www.uctarna.estranky.cz/clanky/analyza-podniku/podnikova-strategie>
- [7] Virtuální univerzita MOODLE.VSB.CZ [online]. [cit. 2009-12-12]. Dostupné z WWW: <http://moodle.vsb.cz/moodle/file.php/751/kapitola1-zaklad.pojmy.pdf>